

*На правах рукописи*

**Газизов Рамис Рассыхович**

**СВОЕОБРАЗИЕ И ТРАНСФОРМАЦИЯ  
МАНИПУЛЯТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ  
В РЕГИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ**

(на примере политического дискурса  
газет «Республика Татарстан» и «Вечерняя Казань» 1996–2008 гг.)

Специальность 10.01.10 – Журналистика

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации

на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

КАЗАНЬ – 2010

Работа выполнена на кафедре теории и практики электронных средств массовой информации ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

**Научный руководитель:** доктор педагогических наук, профессор  
**ДОРОЩУК Елена Сергеевна**

**Официальные оппоненты:** доктор педагогических наук, профессор  
**СИДЕЛЬНИКОВА Татьяна Тимофеевна**  
  
кандидат филологических наук  
**ГИЛЬМАНОВА Айгуль Нургаяновна**

**Ведущая организация:** ГОУ ВПО «Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова»

Защита состоится 23 декабря 2010 года в 15.00 на заседании диссертационного совета Д 212.081.14 при ФГАО ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» по адресу: 420008, г. Казань, ул. Кремлевская, д. 35 (II учебный корпус, ауд. 1113).

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского ФГАО ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» по адресу: 420008, г. Казань, ул. Кремлевская, д. 35

Автореферат разослан 19 ноября 2010 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,  
кандидат филологических наук, доцент

Р.Л. Зайни

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность исследования.** Отличительной особенностью современного мира является все возрастающая и усиливающаяся роль информации в развитии общественных отношений. Социальное, политическое принуждение все чаще заменяется информационно-психологическим влиянием. Как следствие – активные процессы в системе публичных коммуникаций делают современное общество зависимым именно от средств массовой информации. Исследователи отмечают, что имеет место увеличение информации, получаемой из массмедиа. Однако наряду с очевидными преимуществами информационное общество имеет и свои проблемы, характеризуется масштабными угрозами, одна из которых – манипулирование массовым сознанием.

Необходимость исследования проблематики подобного рода обусловлена усилением влияния информационно-коммуникативных процессов на развитие современных общественных отношений, ведущее место в которых заняли манипулятивные технологии. Подобный инструментарий, используемый журналистами, способен нанести угрозу информационной безопасности общества, и обнаруживает значительную подверженность этому институту журналистики.

В последнее время пресса использует все более изощренные способы влияния на массовое сознание. Это отмечают исследователи и подтверждают наши данные. Чтобы выявить методики такого рода, а тем более противостоять им, обыденного сознания недостаточно. Имеются механизмы защиты, но их надо знать, уметь отличать, правильно использовать. Названные причины актуализируют обращение к данному проблемному полю, ведь лишь системный анализ с учетом новейших открытий в области социальной психологии, системы эмоционального воздействия и семантики позволяет лучше понять происходящее.

**Степень разработанности проблемы и теоретическая база исследования.** Одним из первых изданий, напрямую посвященных манипулятивной проблематике, считается сочинение немецкого социолога Г. Франке – «Манипулируемый человек» (1964).

О тайной войне с использованием информационного оружия, проводимой в мире для воздействия на сознание людей, исследователи заговорили в XX веке. Обсуждения проходили в контексте философских, социологических и психологических вопросов политики, права; когда речь заходила о развитии общества, об индивидуальной и общественной психологии. Тогда же оформились и наиболее значимые манипулятивные концепции. Комплексный характер манипуляции породил ее

междисциплинарный характер. Исследования проводились представителями различных научных направлений, отсюда манипуляция проявляет себя в самых разных контекстах: социально-психологическом (Е.М. Битянова, Г.В. Грачев и И.К. Мельник, Е.Л. Доценко, В. Пэккард, Л. Ческин, Дж. Вайкери, У. Липпман, П. Лазарсфельд, Р.Р. Гарифуллин, В.П. Шейнов), социально-политическом (А. Грамши, М.Н. Грачев, С.Г. Кара-Мурза, Е.С. Козина, Г. Лебон, С.Ю. Лисова, М.Е. Кошелюк, А.Р. Хабибуллин), социокультурном (А. Моль, Э. Тоффлер, Х. Ортега-и-Гассет), социально-философском (М.И. Бабюк, Ю.А. Ермаков, А.М. Ибрагимов, Н. Лимнатис), коммуникативном (Г.Г. Почепцов, И.М. Дзялошинский, Я.Н. Засурский, С.Г. Кара-Мурза, Ю.К. Пирогова, Н.Ф. Пономарев, Л.М. Салмина, Л.В. Шарончикова, С.В. Федорова, Э. Эфрон). Применительно к данному исследованию социально-психологический и коммуникативный аспекты обладают наибольшей значимостью, потому определению их места, роли, характерных особенностей уделено наибольшее внимание.

Несмотря на то, что степень разработанности темы определяется большим корпусом «литературы вопроса», уже в процессе предварительного анализа проблем манипуляции сознанием выявлен ряд недостатков и противоречий:

- между заметной степенью изученности учеными сферы прикладных коммуникаций – рекламы, PR, избирательных технологий и недостаточным вниманием по отношению к журналистике;

- между доминированием в научной среде исследований международных, общенациональных медиаисточников и недооценкой регионального компонента;

- между вниманием региональных исследователей к отражению преимущественно местных общественно-политических проблем и пробелами в изучении более широких и масштабных вопросов, один из которых – отражение федеральных процессов на примере медиапродукции конкретного региона страны.

Указанные недостатки и противоречия обусловили **цель исследования:** выявить своеобразие и трансформацию манипулятивных технологий в политическом дискурсе региональной журналистики.

**Объект исследования:** политический дискурс современной региональной журналистики (на примере Республики Татарстан).

**Предмет исследования:** формы, методы, сущностные особенности, специфика проявления и характер манипулятивных технологий, использованных общественно-политическими изданиями региона в отражении федеральных избирательных процессов.

### **Задачи исследования:**

1. Во временном и содержательном континууме раскрыть специфику отражения политических процессов в медиапространстве Республики Татарстан 1996–2008 гг. на основе анализа форм, методов и ее сущностных особенностей.
2. Определить характер манипулятивных инструментов, использованных региональной прессой в зависимости от ряда параметров. Выделить факторы влияния на использование прессой манипулятивных инструментов и определить их особенности, закономерности, зависимость применения общественно-политическими изданиями.
3. С позиции коммуникативного подхода обозначить особенности технологий манипулятивного характера, использованных в информационной политике прогосударственной и оппозиционной прессой.

**Теоретико-методологическая основа исследования** представлена фундаментальными работами в области журналистики (Я.Н. Засурский, И.М. Дзялошинский, А.А. Тертычный, Е.С. Дорожук, Г.П. Бакулев, И.И. Засурский, М.Н. Ким, Е.П. Прохоров, М.И. Шостак, В.З. Гарифуллин, А.А. Роот, И.М. Низамов и др.); психологии и политологии (В.Н. Амелин, М.Р. Битянова, М.С. Вершинин, Г.В. Грачев и И.К. Мельник, Е.Л. Доценко, С.Г. Кара-Мурза, Г.Г. Почепцов, В.П. Шейнов, С. Кассирер, Н.Ф. Пономарев, Г.Г. Почепцов, Г. Шиллер, М.А. Шишкина и др.) в контексте отражения принципов системности, целостности, комплексности, единства теории и практики публичных коммуникативных систем.

В соответствии с целью и задачами работы использованы **методы**: теоретико-методологический анализ коммуникативистской, психологической и политологической литературы, законодательной и нормативной базы, принципов и кодексов профессиональной этики журналиста; количественный и качественный контент-анализ журналистских текстов; системно-структурный анализ; сравнительно-сопоставительный анализ; методы статистической обработки эмпирических результатов исследования.

**Хронологические рамки** охватывают важный период модернизации региональной медиасистемы в процессе становления и развития новой российской государственности 1996–2008 гг. Такой временной диапазон позволил проследить и выявить проявления манипулятивных технологий в контексте федеральных избирательных процессов по выборам Президента РФ (1996, 2000, 2004, 2008 гг.), депутатов Государственной Думы

Федерального Собрания РФ (1999, 2003, 2007 гг.) в общественно-политических изданиях Республики Татарстан.

**Эмпирическую базу исследования** составили тексты, опубликованные в период предвыборных кампаний в крупнейших общественно-политических изданиях региона, – «Республика Татарстан» и «Вечерняя Казань», а также в их электронных версиях.

**Научная новизна** заключается в том, что впервые предпринято комплексное исследование манипулятивных инструментов, использованных ведущими общественно-политическими изданиями Республики Татарстан в контексте федеральных избирательных процессов 1996–2008 гг.: раскрыта специфика их отражения в региональной медиасистеме; выявлен характер манипулятивных технологий, использованных прессой в зависимости от формы собственности – государственной или коммерческой; определены особенности манипулятивных технологий, использованных в информационной политике прогосударственной и оппозиционной прессой; представлена динамика манипулятивных коммуникаций региональной прессы в контексте политических процессов 1996–2008 гг.

**Практическая значимость исследования.** Его результаты могут быть использованы в учебных и научных целях; могут быть интересны и полезны журналистам–практикам, политическим консультантам, специалистам по рекламе и связям с общественностью. Важными результатами работы явились разработка и внедрение авторских курсов «Медиаманипулирование в журналистике», «Тележурналисты и Президент России», «Журналистика и геополитика», по которым подготовлены учебно-методические комплексы, предназначенные для студентов и преподавателей отделений журналистики, политологии, связей с общественностью.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Исследование характера и особенностей манипуляции в системе публичных коммуникаций позволяет уточнить понятие медиаманипулирования. Это процесс скрытого информационно-психологического воздействия в отношении потребителей информационных услуг с целью изменения их взглядов, позиций, убеждений и ценностей, осуществляемый по каналам массовой информации.
2. Манипулятивный подход в СМИ, его направленность, содержание и интенсивность определяются, во-первых, общими политическими условиями в стране; во-вторых, информационной политикой самого массмедиа, его учредителя, их желанием и умением оказать влияние на политическую ситуацию.

3. Информационно-психологическое медиавлияние общественно-политических изданий Республики Татарстан в отражении федеральных избирательных процессов 1996–2008 гг. проявляет себя в виде таких коммуникативных инструментов, как выборочный подбор, перенос авторитета, наклеивание ярлыков, слова, относящиеся к основным ценностям общества, исторические аналогии. Все они в совокупности составляют методологическую основу процессов манипулирования в региональной медиасистеме.
4. Специфика журналистской деятельности в условиях избирательного процесса заключается в том, что СМИ служат каналом информирования избирателей, средством предвыборной агитации и инструментом гражданского контроля. Особое место отведено процессам информирования. Выявлена динамика движения от стадии получения информации к последующему созданию текста.
5. Необходимость оперативного медиаотклика на события обусловила распространенность информационных жанров отражения действительности. Данная особенность также находится в прямой зависимости от уровня подготовки современных журналистов, слабом знании традиционно сложных – особенно аналитических – жанров журналистики, а также влиянием западной тенденции, получившей название «журналистика факта».

**Апробация и внедрение результатов исследования.** Основные положения и результаты исследования докладывались на международных, всероссийских, а также региональных и межвузовских научно-практических конференциях (Москва, Казань). За период с 2007 по 2010 год в общей сложности было принято участие в 10 мероприятиях подобного уровня. Имели место неоднократные выступления автора с докладами на научных и методологических семинарах, а также круглых столах факультета журналистики и социологии Казанского (Приволжского) федерального университета. Итоги исследования легли в основу спецкурсов, разработанных и читаемых в Казанском (Приволжском) федеральном университете и Учебно-исследовательском центре профсоюзов Республики Татарстан.

**Структура диссертационного исследования** подчинена логике авторской мысли, цели и задачам исследования и состоит из введения, трех глав, представленных 9 параграфами, заключения, списка использованных источников и научной литературы, а также приложений.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность исследования, раскрывается степень его научной разработанности, определяются цель, задачи, предмет и объект изучения, указываются теоретико-методологические основания, устанавливаются хронологические и территориальные рамки, отражается эмпирическая база, подчеркивается научная новизна, формулируются основные положения, выносимые на защиту.

**Глава I «Теоретико-методологические основы манипулятивных технологий в системе публичных коммуникаций»** посвящена исследованию наиболее значимых концептуальных и понятийно-терминологических единиц, технологического аппарата, а также особенностей функционирования массмедиа в контексте политических процессов.

Глава состоит из трех параграфов. В первом параграфе **«Понятийно-терминологические элементы и базовые концептуальные модели исследования»** подчеркивается, что публичные коммуникации представляют собой динамичный комплексный феномен и определяются как коммуникации, связанные с передачей информации, представляющей «общественный интерес», имеющей «публичный статус». Особо отмечено, что информация составляет основу существования людей, т.к. в современном постиндустриальном, демократическом мире ее роль усиливается, возрастает. Характерный пример связан с тем, что государственное, силовое принуждение все чаще заменяется информационно-психологическим воздействием. Информационное воздействие, оказываемое на человека, называют коммуникативными или коммуникационными ситуациями.

Уточняется, что процессы коммуникативного воздействия не предполагают создание принципиально нового события. Расставляются нужные акценты в отношении уже имеющегося мнения аудитории по тому или иному вопросу общественно-политической жизни. И центральное место здесь занимает язык – «самое главное средство подчинения» (С.Г. Кара-Мурза). Подобные процессы являют собою следствие символических особенностей языка.

Современный мир характеризуется повышением роли манипулятивных технологий во многих сферах общественной жизни. Доказывается, что манипуляция – наиболее *универсальное* понятие, характеризующее процесс тайного воздействия на человеческую психику.

Манипуляция в своем современном понимании представляет собой «систему способов идеологического и социально-психологического



воздействия с целью изменения мышления и поведения людей вопреки их интересам» (И.М. Дзялошинский). Выявлено, что наиболее распространенные определения манипуляции были даны психологами: М.Р. Битяновой, Р.Р. Гарифуллиным, Е.Л. Доценко, В.П. Шейновым и др. Определения касаются межличностного взаимодействия – «человека», «партнера». Активное исследование рассматриваемых явлений в психологии не случайно, ведь влияние на психологию человека – методологическая основа манипулятивных технологий.

Однако манипуляция носит социальный характер, следовательно, функции психологии в манипулятивном влиянии необходимо оценивать посредством социальных отношений, поскольку они являются первичными. Отсюда психологическая и социальная дифференциация манипулятивных явлений представляет собой абстракцию: «не психика создает манипуляцию, а социальная действительность формирует психику в ее человеческом качестве» (А.Р. Хабибуллин).

В социально-политических концепциях внимание сосредоточено не на отдельном человеке, а на его взаимосвязи с обществом. Движущая сила здесь – государства, массы, классы и т.д., воздействие на общественное мнение (Н. Макиавелли, Г. Лебон, А. Грамши и др.). Подобные понятия лежат в основе определений манипуляции, данных С.Г. Кара-Мурзой, В.Н. Амелиным и др.

Определено, что термин «манипуляция» используется в нескольких переносных значениях: а) социальное управление, скрытое воздействие и программирование масс; б) специфический вид психологического воздействия (психологическое воздействие, психологические манипуляции, манипулирование общественным мнением); в) форма, приемы применения скрытого воздействия.

Исследование всего разнообразия определений позволило выделить следующие особенности манипуляции: асимметричность, скрытость, психологичность, наличие мастерства и знаний. Вслед за большей частью исследователей (Г.В. Грачев и И.К. Мельник, И.М. Дзялошинский, С.Г. Кара-Мурза, Г.Г. Почепцов, Г. Шиллер, Э. Шостром и др.) мы отталкиваемся от тезиса о том, что понятие манипуляция имеет отрицательную окраску. В контексте политического дискурса медиаманипулирование позволяет продвинуть политика, распространить непопулярные идеи, склонить население в пользу заранее заданного решения.

Исходя из особенности усиления массмедийной роли в подобных процессах, понятийно-терминологическая линейка исследования дополнена понятием медиаманипулирования – явлением на стыке психологии и коммуникативистики. Под ним мы понимаем процесс скрытого влияния

в отношении потребителей информационных услуг с целью изменения их взглядов, позиций, желаний, осуществляемый по каналам массовой коммуникации; причем реципиенты полагают, что принимают решения самостоятельно, без какой-либо «посторонней» помощи. По нашему мнению, оно лучше проясняет массово-информационные процессы, уточняет и конкретизирует важные применительно к данному исследованию научные грани.

Отмечено, что манипулятивное влияние, оказываемое средствами массовой коммуникации на российскую аудиторию, угрожает информационно-психологической безопасности общества. Та часть информационной среды, которая вводит аудиторию в заблуждение, определяется как информационная угроза.

Учитывая, что манипулирование информационными данными в информационном пространстве осуществляется посредством определенных технологических оснований, следующий параграф призван восполнить прежде всего этот пробел.

Второй параграф **«Технологический инструментарий манипулятивных процессов в журналистике»** открывается указанием того, что для обозначения средств манипулятивного влияния, как правило, используются понятия прием и метод, однако наиболее подходящее и уместное – *технология*. Причина тому: в современных коммуникативных процессах используются не отдельные приемы, а специальные технологии. Их можно определить как последовательность действий, которая приводит к гарантированному получению результата и может быть передана другому человеку за короткий промежуток времени (А. Борисов). Они складываются из определенного сочетания элементов: некоторые из них частотны, универсальны; другие – узкоспециальны, ограничены. Технология – понятие сложное, многообразное, системное.

Более того, манипуляция сознанием, представляя собой системное явление, может иметь самую разную степень проявлений: 1) по форме проявления – внушение, убеждение, идеология, слухи, гипноз и т.д.; 2) по степени смысловой обработки – мифы, стереотипы, семантическое манипулирование; 3) по направленности на массы – по полу, возрасту, профессии; 4) по характеру воздействия – агрессивный, неагрессивный и т.д.

Установлена важная особенность манипулятивно ориентированного методологического аппарата манипуляции. Это разрозненность, недостаточная структурированность, отсутствие общепризнанных классификаций. Наиболее полной классификацией мы считаем модель, предложенную И.М. Дзялошинским. В манипулятивных медиапроцессах выделены два типа: воздействие на картину мира аудитории и управление

ее сознанием (глубинный уровень), а также влияние на эмоциональные факторы, управление желаниями и чувствами.

Отмечается, что разнообразные приемы основаны на эксплуатации языка. Слова позволяют порождать образы, правдиво отражающие реальность, и образы неадекватные, появляющиеся в процессе чтения, просмотра или прослушивания информации. Выявлено, что использование лексики с определенными коннотациями способствует реализации процессов по манипуляции сознанием.

Со ссылкой на широкий диапазон ученых (В.Н. Амелин, С.Г. Карамурза, В.В. Кравцов, А. Ослон, Н.Ф. Пономарев, Г.Г. Почепцов, Д.В. Тихонов, С.В. Федорова и др.) подчеркивается, что манипулятивно ориентированные медиаинструменты наиболее ярко проявляют себя в политических процессах, едва ли не кульминационной точкой которых являются предвыборные кампании.

В третьем параграфе **«Специфика общественно-политической печати в отражении избирательных процессов»** выявлены особенности функционирования так называемых принтмедиа, предшествующие дню тишины и собственно дню голосования (следовательно, развивающиеся на ключевых этапах предвыборного марафона). Основные особенности работы прессы заключаются в том, что она служит каналом информирования избирателей, средством предвыборной агитации и инструментом гражданского контроля.

Отмечается, что законодательство о выборах предъявляет достаточно жесткие требования к информированию избирателей. Оно в первую очередь должно быть нейтральным, объективным и достоверным, следовательно, не должно содержать оценок и выводов, нарушающих принцип равенства кандидатов, партий, избирательных объединений, блоков.

Определена технологичность деятельности медиапредставителей по информированию, состоящая минимум из двух стадий: получения информации и создания текста. Подчеркнута важность этапа создания текста. Выявлена особая распространенность информационных жанров в прессе. Это обусловлено, с одной стороны, необходимостью оперативного медиаотклика на события; с другой стороны, данная особенность – индикатор уровня подготовки современных журналистов: слабое знание традиционно сложных – группы аналитических – жанров журналистики, а также влияние западной тенденции («журналистика факта»).

В *главе II* – **«Тенденции развития манипулятивных коммуникаций в журналистике»**, состоящей из трех параграфов, – исследуются

преимущественно коммуникативные, правовые и морально-этические вопросы медиаманипулирования в современном обществе.

В первом параграфе **«Манипулятивные медиатехнологии как проблема журналистики»** определена структура, сущность и современная специфика манипуляции сознанием. Ее система включает в себя методы создания установок (внушение) и поддержания установок (аргументация). Установлена важная роль, отводимая приемам внушения. Это происходит, когда авторы отказываются от аргументации, от анализа явлений; лишают аудиторию возможности рассуждать, предлагая так называемые «готовые» решения. В этом отношении определена характерность метода стереотипизации. Стереотипы составляют основу мифов – также одной из наиболее острых проблемных граней медиаманипулирования в журналистике.

В ходе процессов, воздействующих на массовое сознание, установлена важная роль, отводимая языку. Изучение А.Д. Кульманом языковых средств медиаманипулирования выявило доминирующий элемент – сложный политический эвфемизм: применение лексики, имеющей широкое значение, а также родовых слов, семантика которых ослаблена, т.к. они представляют общую и расплывчатую информацию о действительности; обращение к положительно коннотированной лексике с целью создания ложной картины; использование метафор с целью выражения личностного отношения к происходящему; наличие терминов как способов скрыть или утаить информацию. Обобщены наблюдения и выводы исследователей (Ф. де Соссюр, Ж. Лакан, Л. Витгенштейн, Я.Н. Засурский, А.Д. Пароятникова и др.), согласно которым слова позволяют исказить реальность, преувеличить масштабы того или иного события. Более того, слова могут снижать способность людей к критическому мышлению. Подчеркивается, что даже в аудиовизуальных СМИ слово не утрачивает своей важности, т.к. призвано проинтерпретировать происходящее.

Во втором параграфе **«Политическая проблематика в современной медиапрактике: тенденции и направления развития»** особо отмечено усиление присутствия политизированной информации в прессе, что вызвано переменами в структуре взаимоотношений между органами власти и обществом, связанными с необходимостью овладения новыми технологиями: паблик рилейшнз, политической рекламой, имиджмейкингом, позволяющими достаточно эффективно управлять массовым сознанием (С.В. Федорова).

Одна из коммуникативных проблем современности связана с тем, что аудитория не имеет возможности лично пообщаться с политиком, следовательно, реагирует на его имидж. Отсюда необходимость «изменить

не кандидата, а получаемое от него впечатление» (Р. Прайс). Достижению данной цели оказываются подчинены значительные ресурсы и прежде всего ресурсы интеллектуальные, информационные. Установлено, что так называемый личностный имидж – наиболее оптимальный путь к приобретению доверия со стороны аудитории.

Как следствие – повышенное внимание изданий Республики Татарстан к отражению деятельности представителей политической элиты, личности как субъекту политики, государству как политическому институту. В системе воздействия на медиасферу установлена важная роль, отводимая эмоциональным методикам. Решая задачу воспроизведения общественно-политической жизни во всем ее многообразии, пресса используют имеющиеся информационные и технические инструменты в целях скрытого воздействия – манипуляции сознанием. Применение методов техника якорения, трюизмы, исторические аналогии, сравнения делает подаваемый материал более убедительным и наглядным. Методики, применяемые в исследованных изданиях, основаны на учете особенностей человеческого восприятия, психологии, мыслительной активности. К примеру, использование слов, относящихся к основным ценностям общества, является убедительным без дополнительной информации. Такие технологии основаны на свойстве человеческой личности «увлекаться выразительностью убеждающего послания, а также престижем источника» (И.М. Дзялошинский).

Результаты исследования позволяют утверждать, что применение технологий манипуляции сознанием обусловлено кризисными явлениями в современной медиасистеме, что актуализирует необходимость регуляции данных процессов.

В третьем параграфе **«Правовое и морально-этическое регулирование манипулятивных коммуникаций в журналистике»** предпринята попытка определить результативность инструментов социального контроля. Установлено, что развитие манипулятивных технологий происходит «в основном в рамках закона» (М.Е. Кошелюк). Исследователи (В. Авченко, В.В. Кравцов) едва ли не единодушны в том, что правовым путем такие проблемы регулировать сложно. Сделан вывод, что этические принципы призваны стать наиболее результативным инструментом регуляции подобных процессов. Важно сделать так, чтобы именно им журналисты оказались «подвержены» в большей степени, чем это имеет место сегодня.

Особое внимание отведено изучению случаев нарушения этических норм в журналистике и возможных последствий их влияния на массовую аудиторию. Например, нарушение Международных принципов журналистской этики. Так, принцип II рекомендует прессе «излагать факты

добросовестно, сохраняя их подлинный смысл, вскрывая важнейшие связи и не допуская искажений». Методика выборочного подбора, используемого изданиями, позволяет представить информацию, которая может быть выгодной с точки зрения информационно-психологического воздействия. Маловероятно, что информационные данные, подчиненные такой манипулятивной технике, позволяют общественности «сформировать точное и связное представление о мире, – как предусматривают международные принципы, – так, чтобы происхождение, природа и сущность событий, течение и положение дел были поняты как можно более объективно». Равно как и техника сенсационности, применяемая в СМИ. Сенсационность – тип сенсации, рассчитанной на «нездоровый интерес» (Л.В. Шарончикова). Малозначительное, неактуальное событие описывается прямо противоположно, искажается его подлинное значение. Такого рода сенсации можно узнать уже по «кричащему» заголовку. Иногда материал не соответствует сенсационному характеру заголовка: речь идет о повседневном факте действительности. Мы также считаем, что намеренное искажение новостей достигается посредством методов трюизмы, выбор без выбора, техника якорения, отвлечения, допущения, победившая сторона и т.д.

Установлена особенность современной медиаситуации: «лобовая атака» (В.В. Кравцов) в противовес ложным данным, ведь ложь в чистом виде – вещь опасная. В результате массовая аудитория получает гипертрофированные сведения; активно используется прием умолчания. Между тем последнее – проступок не менее тяжкий, чем распространение недостоверной информации, «извращение содержания документа или отказ признать допущенную ошибку» (Д.С. Авраамов).

Исходя, в том числе из указанных данных, отмеченных процессов, деятельность отечественных СМИ некоторыми учеными определяется как «дисфункциональная» (В. Семенов). Особо отмечается, что такая ситуация характерна именно для политических кампаний. Медиапрактика показала, что такие принципы международных и российских этических документов как, например, распространение достоверной информации, необходимость избежать ущерба вследствие неполноты или неточности распространяемых сведений, недопустимость получения денег и подарков, оказались наиболее распространенными нарушениями, наименее чувствительными местами кодексов. И эти противоречия выявило и обнажило участие прессы именно в отражении избирательных кампаний.

**В главе III «Практика участия региональной прессы в политическом дискурсе 1996–2008 гг.»** представлены результаты мониторинга ведущих изданий региона – «Республика Татарстан» и «Вечерняя Казань». Раскрыты содержание, структура и методика

исследования. Определена тенденциозная редакторская политика, представленная как следствие медиаманипулирования. Выявлена динамика манипулятивных коммуникаций региональной прессы в контексте федеральных избирательных процессов 1996–2008 гг.

Глава состоит из трех параграфов. В первом параграфе **«Содержание и структура исследования региональной медиасистемы»** раскрывается комплекс приоритетных направлений работы: а) диапазон манипулятивных технологий; б) событийный ракурс; в) медиастатистика и критерии качества политических образов, позволивших выявить сущностные особенности манипулятивного подхода в журналистике к изучению явлений действительности, специфику его проявления в СМИ разных направлений.

Во втором параграфе **«Тенденциозная интерпретация политических событий как следствие медиаманипулирования»** определено, что типологические характеристики изданий играют определяющую роль в их информационной политике. В определении «повестки дня» газета с прогосударственной информационной политикой «Республика Татарстан» ориентирована на отражение важнейших политических событий, ей свойственно замалчивание новостей об оппозиционных политиках и партиях. Деятельность издания подпадает под ст. 52 Федерального закона «Об основных гарантиях и праве на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (2002), поэтому появление значительного числа материалов продиктовано законодателем. Коммерческой модели издания «Вечерняя Казань» в определении информационной политики характерно тяготение к сенсационности и неординарности, что служит искажением картины мира, приводит к социальной дезориентации.

Функциональный анализ продемонстрировал интерес изданий к индивидуальным субъектам политики, преимущественно – ее элитарным представителям. Газета «Вечерняя Казань» активнее пишет об оппозиции и кандидатах–аутсайдерах. Имеет место повышение значимости микроструктур над макроструктурами (государство). Хотя игнорирование действующей власти ей также не свойственно, что мы связываем с необходимостью учитывать популярность политиков.

В третьем параграфе **«Специфика журналистских форм и средств отражения политического дискурса в контексте медиаманипулирования»** по итогам контент-анализа свыше 300 публикаций в медиасистеме региона выявлено, что манипуляции становятся все более распространенным явлением в журналистике. По результатам проведенного исследования определены наиболее частотные манипулятивные технологии в медиасистеме Республики Татарстан в 1996–2008 гг.: выборочный подбор, перенос авторитета, наклеивание ярлыков,

использование слов, относящихся к основным ценностям общества, исторические аналогии.

Установлено, что их преобладание объясняется рядом особенностей медиафункционирования. Прежде всего необходимость специального подбора и использования информации, выгодной для информационно-психологического взаимодействия, предполагает использование *выборочного подбора*. Доминирование метода *перенос авторитета* связано с высоким уровнем использования информационного ресурса лидерами региона, более всего – экс-президентом Татарстана М.Ш. Шаймиевым. Эффективность метода обусловлена высоким уровнем доверия к представителям данной группы, их высоким социальным статусом, личными достоинствами. *Наклеивание ярлыков* вызвано необходимостью дать четкую этическую оценку событиям; проявлено как эксплуатация страхов, подозрений, отвращений аудитории. Использование эмоционально окрашенной лексики, тесно связанной с базовыми ценностями социума и убедительной без дополнительной информации, – причина функционирования слов, относящихся к основным ценностям общества. Метод *исторических аналогий* представляет собой конструирование метафор, программирующих объект воздействия. Его частотность объясняется тем, что в истории почти всегда можно найти необходимый пример относительно рассматриваемой проблемы.

Выявлено, что развитие манипулятивных технологий оказалось в прямой зависимости от сложившейся общественно-политической ситуации. Зафиксировано 682 случая манипулятивных проявлений. Сравнительная характеристика медиаповедения изданий продемонстрировала наибольшую манипулятивную медиаориентированность газеты «Республика Татарстан»: 377 случаев, что, по нашему мнению, вызвано необходимостью отражения деятельности официальных структур, связано с исполнением предвыборного законодательства, присутствием перепечаток из других – преимущественно федеральных – изданий. Это итог в целом. В частности – максимальная активность газеты зафиксирована в ходе избирательных кампаний 1996–2004 гг. Исследование отражения избирательных процессов 2007–2008 гг. выявило диаметрально противоположную картину: главную роль играла газета «Вечерняя Казань».

Определяется, что напряженные, непредсказуемые избирательные кампании (яркий пример – 1996 г.) характеризуются повышением уровня динамики медийных манипуляций. Тенденции, оформившиеся в России с наступлением 2000-х гг. после ухода Б.Н. Ельцина и определяемые как «передача власти», «выборы, которых не было» и т.п., свидетельствуют о снижении планки применения манипулятивных инструментов и являются следствием сокращения объема массовой информации на политическую тему



в региональной медиасистеме, появляющуюся в предвыборный период. Использование манипулятивных технологий исследователи связывают с кризисом в системах идеологии и пропаганды.

**В Заключении** сформулированы основные научные результаты проведенного исследования.

Доказано, что применение манипулятивных технологий свидетельствует о том, что редакции общественно-политических издания Республики Татарстан не заинтересованы в том, чтобы дать непредвзятую информацию, полную картину, потому логику подменяют эмоциональными средствами.

Установлено, что активизация использования подобных технологий происходит во время избирательных кампаний.

Результаты, полученные в ходе исследования, позволили классифицировать исследованные избирательные циклы по нескольким хронологическим промежуткам. Выявлены следующие *э т а п ы* трансформации манипулятивных технологий в медиасистеме Республики Татарстан.

Первый этап (1996–1999) определен как *интенсификация* манипулятивных технологий (284 совокупных случая) на фоне напряженной политической конкуренции и активного использования газетами художественно-выразительных средств. Отличительные особенности – конкурсы, опросы, прогнозы, жанры–гибриды с элементами репортажного повествования, отчеты. Отмечена повышенная манипулятивная активность газеты «Республика Татарстан» – на 15% больше «Вечерней Казани». Манипулятивный максимум в изданиях достигнут в 1996 г.

Второму этапу (2000–2004) свойственно *снижение* динамики медиаманипуляций: предсказуемость как лейтмотив выборов вследствие появления Преемника; тенденции к преимущественно информационному характеру медиасообщений. Наибольшая активность газеты «Республика Татарстан» согласно полученным статистическим данным. Тенденция к снижению показателей медиаманипуляции берет начало в 2004 г.; в дальнейшем отмечено значительное падения уровня их использования в сравнении с предыдущими – 1996–1999 – годами.

Третьему этапу исследования (2007–2008) характерно *ослабление* манипулятивного влияния, продолжение падения общего уровня медиатехнологий на фоне «безальтернативных выборов», «процесса передачи власти». Лидирует газета «Вечерняя Казань», планка манипуляций которой на 16% выше, чем в «Республике Татарстан». Более того, в сравнении с Этапом II наблюдается рост манипулятивных показателей в газете «Вечерняя Казань» – на 7%. Статистические данные показывают, что

наибольшая информационная активность изданий отмечена в 2007 г. Это беспрецедентный случай, поскольку на предыдущих этапах основная нагрузка ложилась на президентские выборы. Данная ситуация связана тем, что на выборах Президента РФ в 2008 г был самый низкий уровень политической конкуренции. Данный период отмечен доминированием языковых клише, шаблонов и канцеляризов; отличается характером официальных сообщений (особенно – в номерах газеты «Республика Татарстан»), усиленной персонализацией сведений, использованием жанров-гибридов с элементами журналистских расследований (в газете «Вечерняя Казань»).

Таким образом, манипулятивный подход в прессе региона, его направленность и особенности определяются, с одной стороны, общими политическими условиями в стране; с другой стороны, информационной политикой самих массмедиа, желанием и умением их владельцев, редакторов и собственно авторов влиять на развитие политических событий.

Говоря о перспективах изучения манипулятивных технологий, подчеркивается, что особую актуальность призваны приобрести исследования электронных массмедиа региона, остающиеся малоизученными. Изучение медиаконтента теле-, радиопрограмм и ресурсов Интернет, а также открытия, сделанные учеными, восполнят имеющиеся пробелы в науке и позволят лучше понять происходящее.

### **Основные положения диссертационного исследования отражены в следующих публикациях автора:**

*Статья в рецензируемом научном журнале, рекомендованном ВАК:*

1. **Газизов Р.Р.** Манипулятивные технологии региональных СМИ: тенденции и направления развития в политическом дискурсе 2007–2008 гг. // Ученые записки Казанского государственного университета. Том 151. Серия Гуманитарные науки. Книга 5, часть 1. – Казань, 2009. – С. 92–98.

*Монографии, разделы монографий:*

2. **Газизов Р.Р.** Формирование профессиональных компетенций студентов –журналистов по курсу «Медиауправление в журналистике» / Контексты управления профессиональной работой студентов – журналистов: компетенции и компетентность: Коллективная монография / Под науч. ред. Е.С. Дорошук. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2010. – С. 96–109.

*Публикации в научных изданиях,  
тезисы и материалы научных конференций:*

3. **Газизов Р.Р.** Допустимость манипулятивных технологий в газете «Московский комсомолец» // Тонус № 16. Социализация личности и проблемы развития общественных отношений: научное и учебно-методическое издание. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2007. – С. 48–53.

4. **Газизов Р.Р.** Тенденциозная интерпретация событий в массовых изданиях: сопоставительный анализ (на примере газет «Московский комсомолец» и «Восточный экспресс») // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции 19–20 октября 2007 года / Под ред. В.З. Гарифуллина / Сост. Р.П. Баканов. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2007. – С. 103–107.

5. **Газизов Р.Р.** Иллюстрация как технология манипуляции в газете «Вечерняя Казань» // Мультимедийная журналистика Евразии–2008: информационные войны, партизанский маркетинг, кризисные коммуникации Востока и Запада: материалы Международной научно-практической конференции. Казань, 18–19 декабря 2008 г. / Под науч. ред. Е.С. Дорошук. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2008. – С. 100–102.

6. **Газизов Р.Р.** Манипулятивные технологии в газете «Восточный экспресс» // Итоговая научно-образовательная конференция студентов Казанского государственного университета 2008 года: сборник тезисов. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2008. – С. 110–111.

7. **Газизов Р.Р.** Педагогические акценты в обучении будущих журналистов курсу «Медиаманипулирование в журналистике» // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции 22–24 октября 2009 года / Под ред. В.З. Гарифуллина / Вып. ред. Р.П. Баканов. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2009. – С. 316–318.

8. **Газизов Р.Р.** Информационная «поддержка» избирательного процесса, ориентированная на манипулирование общественным мнением // Тонус № 17. Социализация личности и проблемы развития общественных отношений: научное и учебно-методическое издание. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2009. – С. 48–53.

9. **Газизов Р.Р.** «Лингвистическая косметика» в отражении общественно-политической жизни республики в массовом издании Татарстана // Тонус № 17. Социализация личности и проблемы развития общественных отношений: научное и учебно-методическое издание. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2009. – С. 54–58.

10. **Газизов Р.Р.** Педагогическая актуализация и апробация понятия национальная безопасность в учебном процессе факультета журналистики //

Теория и методика современного журналистского образования: по материалам VI межвузовской научно-методической конференции-семинара «Методическая культура преподавателя вуза в компетентностном измерении: модели журналистского образования». – Казань, 29 апреля 2010 г. Выпуск 2 / Под ред. проф. Дорощук Е.С. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2010. – С. 58–64.

11. **Газизов Р.Р.** Специфика общественно-политической печати в отражении избирательных кампаний // Тонус № 18. Социализация личности и проблемы развития общественных отношений: научное и учебно-методическое издание. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2010. – С. 45–56.

12. **Газизов Р.Р.** Теоретические основы манипулятивных технологий в массмедиа // Тонус № 18. Социализация личности и проблемы развития общественных отношений: научное и учебно-методическое издание. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2010. – С. 34–44.